

KARRIKAN - ARTES DE CALLE
BY PEDAGOGÍAS INVISIBLES

GUÍA DE MEDIACIÓN CULTURAL

TOMAR LAS CALLES

0. Para qué es esta guía

Esta guía es una mano tendida a acompañar a todas aquellas **compañías y agentes culturales** que trabajan en las **artes de calle**, y que quieran incorporar la **mediación cultural** en sus procesos desde la coherencia y el compromiso social.

En **Pedagogías Invisibles** no creemos en las recetas infalibles, así que esto no pretende ser un manual cerrado que haya que seguir paso a paso.

Somos muy conscientes de que **la mediación cultural no es una fórmula replicable** ni un requisito que haya que cumplir para completar un proyecto. La mediación cultural, es, ante todo, una forma de relacionarnos con los territorios y con las comunidades que nos sirve, al mismo tiempo, para reflexionar sobre el propio sentido del trabajo artístico.

Por eso esta guía no busca decir cómo debe hacerse la mediación cultural, sino poner a disposición de quien nos lea, algunas orientaciones o aprendizajes que puedan ayudar a diseñar procesos más conscientes y cuidadosos.

En este sentido, es importante aclarar que **no podemos asumir los procesos de mediación como una obligación** ni una imposición externa, esto no va de añadir actividades para justificar un proyecto ni de cumplir con una *checklist* institucional. La mediación es una **responsabilidad cultural y social** que puede abrir espacios de encuentro, de escucha y de creación compartida entre artistas y comunidades.

Y es que, cuando nos acercamos a las artes de calle, esta dimensión adquiere un significado especialmente significativo. La calle es ya de por sí un espacio democrático y permeable, donde el arte se encuentra con la vida cotidiana. Un contexto en el que la mediación es una **herramienta fundamental** para ayudarnos a profundizar en el encuentro, generando vínculos más duraderos entre las propuestas artísticas, los territorios y las personas.

Dicho esto, queremos invitar a cualquier persona a leer esta guía y a adentrarse en el cruce del mundo de la mediación con las artes de calle, no obstante, está dirigida principalmente a:

- Compañías de artes de calle
- Festivales y programadores
- Mediadoras culturales
- Equipos técnicos municipales
- Agentes culturales que trabajan en espacio público

1. Desde dónde entendemos la mediación

En ocasiones, la mediación cultural se asocia de manera superficial a actividades paralelas; acciones accesorias a la programación que pueden estar articuladas a través de charlas, talleres, encuentros con el público o actividades educativas. Si bien es cierto que estos formatos son parte de la mediación y esta se puede materializar a través de marcos de este tipo, quedarnos aquí sería simplificar demasiado.

La mediación es, sobre todo, una práctica relacional situada, que parte de la idea de que la cultura no es solo un producto que se consume, sino un espacio de cruce que busca espacios de diálogo entre artistas y comunidades con el objetivo de **conectar la práctica artística con otros ámbitos sociales**. En este sentido esta guía quiere establecer un posicionamiento muy concreto y aclarar que la mediación cultural no trata únicamente de acercar el arte al público, sino de **generar territorios compartidos** donde el arte y la sociedad se encuentran y se transforman mutuamente.

En este sentido es importante activar procesos desde la conciencia y compromiso en los que la mediación no sea un añadido al proyecto artístico, una estrategia para crear públicos o una obligación administrativa. Además, cuando ubicamos todo esto en la calle, que es un espacio cultural democratizador de por sí y en donde confluyen personas con experiencias distintas, sin filtros de acceso ni barreras institucionales; la mediación se convierte en la aliada clave para escuchar, dialogar y amplificar esta relación.

2. Formas posibles de mediación en artes de calle

Para abordar este apartado retomamos el informe elaborado para Artekale tras el proceso de investigación de tres pilotos de mediación desarrollados durante la temporada 2025. En ese proceso se activaron tres formatos principales, los coloquios post-función, talleres y los procesos de co-creación. Sin embargo, es importante señalar algo fundamental en este punto, y es que la mediación no empieza en el formato sino en una decisión concreta de cómo generar cultura y en una responsabilidad que adquirimos al posicionarnos en ese lugar. En este sentido, la mediación tiene que ver con cómo una institución, un festival o una compañía decide relacionarse con el territorio y con las comunidades que lo habitan.

Es en este paradigma donde encontramos que los formatos son herramientas, ya que si la mediación se entiende como un añadido o como una actividad que hay que incorporar a la programación, da casi igual cuál se elija, porque difícilmente generará un trabajo estructural o transformará las relaciones entre arte y comunidad. En cambio, **cuando existe una intención clara de mediar**, estos dispositivos se convierten en formas concretas de materializar esa voluntad y de sostener procesos de encuentro más profundos.

Por último añadir que no existe un formato mejor que otro, lo importante es elegir el dispositivo adecuado según el contexto, los recursos disponibles y el tipo de relación que se quiere generar. También se pueden activar dentro de un mismo proyecto diversos formatos en momentos distintos.

1. Coloquios post-función

Los coloquios post-función consisten en un espacio de conversación entre artistas y público después del espectáculo. En el contexto de las artes de calle, estos encuentros pueden ser especialmente interesantes porque prolongan la experiencia colectiva que ya se ha generado durante la función.

Los coloquios permiten:

- compartir impresiones y preguntas sobre la obra
- abrir espacios de reflexión
- generar proximidad entre artistas y público
- reforzar el carácter comunitario del evento

Durante el piloto se observó que estos encuentros funcionan mejor cuando:

- se anuncian al inicio de la función
- comienzan inmediatamente después del saludo final
- existe una figura mediadora que facilite la conversación
- el espacio permite escuchar y concentrarse.



Propuesta metodológica \longrightarrow Metodología de las grandes preguntas

Para el desarrollo de coloquios post-función, puede ser útil apoyarse en herramientas metodológicas que faciliten una conversación más abierta y significativa. Una de ellas es la metodología de las grandes preguntas.

Las grandes preguntas se caracterizan por ser abiertas y no tener una única respuesta correcta. No se pueden responder con un “sí” o un “no”, sino que invitan a la reflexión y al diálogo. Son preguntas conectoras, que permiten poner en relación distintos saberes y experiencias. Además, suelen ser universales, por lo que nos interpelan a todas las personas, independientemente de nuestra edad, origen o experiencias culturales acumuladas.

Trabajar un coloquio desde las grandes preguntas implica desplazar el foco de la explicación de la obra hacia la construcción colectiva de sentido. En lugar de buscar respuestas cerradas, se trata de abrir un espacio donde cada persona pueda aportar desde su propia experiencia, al tiempo que se abordan los temas clave que propone la pieza.

Por ejemplo, en una obra que aborda la diversidad, en lugar de preguntar “¿te ha gustado?” o “¿has entendido la pieza?”, podríamos lanzar preguntas de este tipo (estos son ejemplos de grandes preguntas desarrollados en otros proyectos) que se ajusten a las temáticas transversales de la pieza:

¿Qué es ser normal? ¿Quién tiene el poder? ¿Cuándo estamos fuera de lugar?

Este tipo de preguntas no buscan cerrar el diálogo, sino expandirlo, generando un marco de reflexión compartida que enriquece la experiencia escénica y la conecta con la vida de quienes participan.

2. Talleres

Los talleres permiten ampliar la experiencia escénica desde la práctica y la experimentación, ya que en ellos se puede explorar de manera más profunda lenguajes o metodologías presentes en la pieza escénica.

A diferencia del coloquio, el taller requiere, más tiempo, un grupo de participantes más reducido, y por supuesto, un espacio adecuado para trabajar. Cuando se dan estas condiciones, los talleres pueden generar experiencias muy profundas de encuentro entre artistas y participantes.

Durante el piloto se observaron algunos factores que favorecen su desarrollo:

- trabajar con grupos ya constituidos (escuelas, asociaciones, colectivos)
- vincular el taller con la experiencia del espectáculo
- mantener grupos manejables (entre 10 y 20 personas).



Propuesta metodológica



En el caso de los talleres, puede ser especialmente útil plantearlos no solo como una actividad, sino como una experiencia artística de aprendizaje. Es decir, como un proceso en el que las personas participantes no solo hacen, sino que también piensan, sienten, investigan y crean en relación con la propuesta escénica.

Una forma de estructurar este tipo de procesos es a través de metodologías que acompañen las distintas fases de la creación. En nuestro caso, trabajamos con la metodología VENGAI, que propone recorrer cinco momentos clave de cualquier proceso creativo:

Nombrar

Tiene que ver con elegir un tema o punto de partida que sea relevante y significativo. No se trata solo de “hablar de algo”, sino de identificar aquello que realmente interpela al grupo o conecta con la pieza.

Preguntarse

Aquí se abre el marco reflexivo. Es el momento de activar preguntas que nos permitan profundizar en el tema, cuestionarlo y mirarlo desde diferentes perspectivas. En esta fase puede ser especialmente útil trabajar con la metodología de las grandes preguntas que mencionábamos en la parte del coloquio post - función.

Alimentarse

Es la fase de investigación e implica traer materiales, referencias, relatos y miradas que enriquezcan el proceso. Es importante incorporar también perspectivas diversas y contrahegemónicas, que amplíen el imaginario y cuestionen los discursos dominantes.

Experimentar

En este momento se activa el lenguaje artístico. Se trata de probar, jugar, explorar y crear sin la presión del resultado final. El foco está en el proceso y en las posibilidades que abre el propio hacer a través de la experimentación artística.

Comunicar

Finalmente, se plantea cómo compartir lo vivido. Es importante recalcar en este punto que no se trata de establecerlo como una muestra formal, sino como una forma de socializar la experiencia y de hacerla visible con el fin de devolverla al grupo o al contexto.

3. Procesos de co-creación

La co-creación implica un nivel de implicación mayor, ya que en lugar de situar al público como espectador o participante puntual, propone construir un proceso creativo compartido entre artistas y comunidad.

Con la experiencia de los pilotos, vimos que esto puede traducirse en acciones artísticas colectivas, intervenciones en el espacio público o bien piezas escénicas creadas con grupos locales, entre otras experiencias posibles.

En cualquier caso, los procesos de co-creación generan un fuerte sentido de pertenencia, pero también requieren condiciones más complejas, que tienen que ver con temporalidades expandidas que pueden ir entre 2 a 10 semanas (o incluso más si los recursos lo permiten), colaboración con agentes del territorio como eje relacional fundamental y el establecimiento de roles definidos entre la mediación, la coordinación y la creación, estableciendo unas responsabilidades concretas a la vez que se genera una comunidad activa de creación del proceso.

Cuando estas condiciones se dan, la co-creación se convierte, sin duda, en una herramienta muy poderosa para fortalecer el tejido cultural local.

Propuesta metodológica → El grupo motor

En los procesos de co-creación, donde el objetivo es sostener en el tiempo una relación entre artistas y comunidad, puede ser especialmente útil apoyarse en estructuras que den continuidad y arraigo al proceso. En esta ocasión proponemos como articulación metodológica del proceso el formato del grupo motor.

El grupo motor es un pequeño grupo de personas vinculadas al contexto (pueden ser docentes, agentes comunitarios, personas pertenecientes a colectivos locales o un grupo de personas afines a una circunstancia o contexto concreto) que asumen un papel activo en el desarrollo del proceso. No se trata solo de participantes, sino de personas implicadas en la organización, el acompañamiento y la sostenibilidad del proyecto.

Este grupo actúa como puente entre la propuesta artística y el territorio, con lo que acoge el proceso, facilita la relación con el contexto y contribuye a que el trabajo no quede en una acción puntual. Además, mantiene una comunicación fluida con el equipo artístico y de mediación, participa en la toma de decisiones, ayuda a documentar lo que sucede y, en muchos casos, acompaña también la evaluación del proceso.

Trabajar con grupos motor implica desplazar la lógica de intervención puntual hacia una lógica de colaboración sostenida, donde las comunidades no son solo receptoras, sino agentes activos del proceso. Este enfoque favorece relaciones más profundas, genera mayor sentido de pertenencia y abre la posibilidad de que la co-creación tenga un impacto real en el tejido cultural local. Más que una herramienta organizativa, el grupo motor es una forma de entender la mediación desde la corresponsabilidad, el cuidado y el trabajo en común.

Como somos conscientes de que entender qué es un grupo motor es complejo, vamos a poner aquí un ejemplo concreto, que aunque venga del contexto del museo, puede servir perfectamente para entender la idiosincrasia de este proceso de trabajo. Pedagogías Invisibles llevamos el Departamento de Mediación del Centre del Carme de Cultura Contemporània de Valencia, y en él, creamos el Grupo Motor de Validadoras del CCCC.

Las validadoras son personas con discapacidad intelectual y física que están formadas para validar la accesibilidad de espacios de la ciudad, por ejemplo, las estaciones de metro, los hospitales... ellas hacen su proceso de validación y emiten un informe a la autoridad competente con propuestas de mejora para la accesibilidad.



De esta manera creamos un grupo de Validadoras en el CCCC que estuvieron durante un año investigando y analizando la accesibilidad del CCCC para al final del proceso emitir un informe a la dirección del centro con propuestas de mejora. Lo interesante de este proceso es que esa investigación la hicimos a través de metodologías artísticas, en el marco de lo que llamamos “El museo de la Confusión” en el que proponíamos una serie de acciones diseñadas por el grupo en las que participaban personas con capacidades normativas que vivían experiencias que les acercaban a la sensibilidad y experiencias en estos espacios de las personas con capacidades no normativas.

Para más información sobre este grupo: <https://www.consorcimuseus.gva.es/centro-del-carmen/actividades/y-ahora-quien-va-a-venir-al-cccc/?lang=es>

3. Cómo acompañar un proceso de mediación

Como hemos aclarado, la mediación no consiste únicamente en diseñar una actividad, sino que es, sobre todo, un proceso relacional que requiere de escucha, cuidado y una cuestión básica, la capacidad de ir amoldándonos y flexibilizando los objetivos del proceso, activando un marco de composición a tiempo real. En este sentido, y como recuerdan muchas prácticas de mediación cultural, **lo importante no es tanto lo que hacemos, sino cómo acompañamos lo que sucede.**

Por ello, y con la idea de que es imposible dar recetas infalibles, vamos a proponer algunas claves metodológicas a las que hemos ido recurriendo en nuestros años de experiencia para acompañar estos procesos.

Antes de empezar

Para diseñar cualquier acción es importante conocer el contexto.

Esto implica preguntarse:

- ¿Quiénes son las personas que participan?
- ¿De quién es la iniciativa o el primer acercamiento?
- ¿Qué relación tienen con el lugar?
- ¿Qué expectativas pueden tener y tengo yo sobre el proceso?
- ¿Qué otras redes o agentes existen en el territorio?

En este punto, se hace imperativo recurrir al término direccionalidad, que hace alusión a el lugar desde el que se activa el proyecto y por supuesto, a como mis expectativas se despliegan sobre él. No es lo mismo que un proyecto nazca de una iniciativa ajena que de una agenda institucional. Por ello, llegar con escucha es más útil que llegar con soluciones cerradas. Estar disponible y flexible permite que el proceso se adapte a lo que realmente necesita el grupo.

Durante el proceso

Algunas actitudes pueden ayudar a sostener el proceso de mediación:

Escucha activa

A veces lo más transformador de una mediación es que las personas se sientan verdaderamente escuchadas. Esto implica atender no solo a lo que se dice, sino también a los silencios, gestos y energías del grupo.

Participación horizontal

La mediación no consiste en dirigir el grupo, sino en facilitar que todas las voces puedan aparecer.

Acompañar sin imponer

No siempre sucederá lo que habíamos imaginado. Y está bien. La mediación consiste en generar condiciones para que algo pueda ocurrir, no en controlar el resultado.

Adaptarse al contexto

Cada comunidad es distinta. Lo que funciona en un lugar puede no tener sentido en otro. Escuchar al grupo y reformular el proceso forma parte del trabajo de mediación.

Abrir espacio al no saber

La mediación también es un proceso de aprendizaje compartido. Reconocer que no tenemos todas las respuestas puede abrir nuevas posibilidades de diálogo y creación.

Cuatro dimensiones para pensar la mediación

También puede ser útil revisar los procesos de mediación desde cuatro dimensiones que nos ayuden a tomar el pulso a lo que estamos haciendo:

Tiempos

¿Hay un antes y un después del encuentro o seguimos operando desde lo puntual? ¿Qué duración tiene el proceso y qué tipo de compromiso implica? ¿Se respetan los ritmos del grupo o se imponen los de la programación? ¿Estamos generando condiciones para que aparezca el vínculo o todo sucede en un único momento?

Espacios

¿Dónde ocurre realmente la mediación y qué tipo de lugar estamos construyendo? ¿El espacio permite la escucha, la participación y la confianza? ¿Se percibe como un lugar abierto y acogedor o como un espacio ajeno? ¿La propuesta se limita al espacio escénico o se expande y se deja atravesar por el territorio y sus contextos?

Relaciones

¿Qué vínculos se generan entre las personas participantes y desde qué lugar se activan? ¿Son relaciones unilaterales o se abren a la reciprocidad y al diálogo real? ¿Quién propone y quién responde? ¿Estamos generando redes, afectos y escucha activa o simplemente convocando participación?

Proceso creativo

¿Quién toma las decisiones y cómo se distribuye la capacidad de agencia? ¿La creación se entiende como algo cerrado o como un proceso compartido? ¿Estamos trabajando las artes como contenido o como metodología para pensar y producir juntas? ¿Existe espacio real para la co-creación, la investigación y lo inesperado?

Es importante subrayar que estas dimensiones no son una lista que haya que cumplir, sino una herramienta de autodiagnóstico que nos permite revisar de manera rápida dónde estamos y hacia dónde queremos ir. Nos ayudan a detectar inercias (muchas veces invisibles) que pueden estar limitando nuestro proceso de mediación y así reubicar nuestra práctica desde una mayor consciencia y responsabilidad.

4. Cuidar la mediación (y cuidarse)

Hablar de mediación también implica hablar de condiciones materiales y éticas para las profesionales que activan estos procesos.

A menudo existe una tendencia a romantizar la mediación como un espacio de encuentro espontáneo y generoso. Sin embargo, para que estos procesos sean sostenibles, **necesitan recursos y cuidados**. Sin estas condiciones, la mediación corre el riesgo de convertirse en una carga más para artistas y comunidades.

Algunas condiciones básicas

Tiempo suficiente

La mediación requiere tiempo para preparar el proceso, conocer el contexto, acompañar la actividad y evaluar lo sucedido. Los procesos demasiado apresurados dificultan la construcción de vínculos y la consolidación de las propuestas, por ello es importante que estos requerimientos se prevean a nivel temporal y material.

Honorarios justos

La mediación es trabajo cultural, una mediadora no es solo una tallerista, su trabajo se asimila mucho más al de una directora de proyecto ya que coordina, diseña, implementa, produce, evalúa, media... Esto debe de ser contemplado en su rango profesional y salarial.

Coordinación entre agentes

Sabemos que es un básico, pero no siempre se cumple, así que lo diremos una vez más. Las experiencias muestran que la mediación funciona mejor cuando existe colaboración entre las compañías, las instituciones, los agentes locales y las mediadoras, y esto, a día de hoy, no siempre es una realidad. Sin embargo, esta coordinación es precisamente lo que permite compartir responsabilidades y generar procesos más sólidos.

Cuidar el espacio

En las artes de calle, las condiciones materiales del espacio son especialmente importantes, con lo que pequeños detalles logísticos como la acústica, la disposición del público, la sombra o el resguardo y tener un mobiliario básico, pueden marcar la diferencia en la experiencia de nuestro encuentro.

Cuidar los vínculos

El cuidado de todos los agentes participantes (artistas, mediadoras, participantes, agentes del territorio...) no es un elemento añadido, sino que es parte central del sentido de la mediación. El cuidado es la condición indispensable para la pervivencia de los vínculos, y el vínculo es la base de cualquier transformación.

Compromiso callejero

La mediación cultural en general, y en artes de calle en particular, está todavía en construcción con lo que cada experiencia aporta nuevos aprendizajes y preguntas. Por ello, más que buscar modelos cerrados, quizá lo más interesante en este momento sea mantener una actitud de escucha y experimentación.

La calle nos ofrece ese espacio vivo, público y se convierte en un contexto privilegiado para ensayar otras formas de relación y para encontrarnos con lo inesperado. Es ahí donde la mediación puede desplegar todo su potencial, no como algo añadido, sino como una manera de estar presentes y sostener un espacio común. Y es que, a veces, eso ya es suficiente para transformar una experiencia artística en una experiencia compartida.